

DAFTAR PUSTAKA

- Abou-Shouk, M. A., Zoair, N. I., Farrag, M. M., & Hewedi, M. M. (2018). The role of international exhibition venues in marketing exhibitors' destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 24(2), 136–147. <https://doi.org/10.1177/1356766717690573>
- Aisya, N., & Susilo, A. (2017). *Peran Strategis Praktik Kewirausahaan Dalam Penumbuhan Sikap Entrepreneurship Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi FKIP UMS*.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ardiawan, G. (2017). Analisis Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Ekspor. *Analisis Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Ekspor*, 1(1), 151.
- Arifien, S. R., Purwanti, V. D., Suci, D. A., Hari, A. R., & Sudrajat, A. R. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Arifin, S. M. (2018). Penerapan Blue Ocean Strategy (BOS) Dalam Usaha Memasuki Pasar Internasional (Studi Pada UMKM Pricilla Jilbab Bolak Balik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(2), 38–47.
- Asmawan, M. C. (2017). Dampak Mata Kuliah Praktek Kewirausahaan terhadap Motivasi Mahasiswa Pendidikan Akuntansi untuk Berwirausaha. *Seminar Nasional Pendidikan 2017*, 2017(Snp), 160–167.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Chalids, I., Najib, M., & Suparno, O. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Tani Tomat Dalam Upaya Menembus Singapura (Studi Kasus Mitra Tani Parahyangan). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 24–33. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.1.24>
- Darmanto, Wardana, F. S., & Sulistyani, L. (2018). *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan Model Strategi Orientasi Berbasis Lingkungan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dhewanto, W., Lantu, D. C., Herliana, S., & Azzahra, S. (2018). The entrance mode for small and medium enterprises in the Indonesian fashion industry to international market. *International Journal of Business Innovation and Research*, 16(3), 267–284. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2018.092619>

- Fawaid, A. (2016). Ekspor Dalam Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada PT Kharisma Rotan Mandiri di Sukoharjo). *Administrasi Bisnis*, 39(1), 1–8.
- Fidiyati, N. (2018). Strategi Pemasaran Industri Mebel Dalam Menembus Pasar Global Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus pada CV Mandiri Abadi Jepara) Nur. *Journal of Management*, 4(4).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Pasuruan: Qiara Media.
- Handayani, N., & Ardini, L. (2017). Local Product Marketing Strategy (Home Industry) in ASEAN Economic Community (AEC) Era. *International Journal of Business Administration*, 9(1), 75. <https://doi.org/10.5430/ijba.v9n1p75>
- Handika, M. R., Maradona, A. F., & Dharma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Undiknas*, 15(2), 192–203. Retrieved from <https://doi.org/10.38043/jmb.v15i2.601>
- Harsono. (2015). *Sukses Sebelum Berbisnis Belajar Menyusun Anggaran Bisnis*. Kartasura: Fairuz Media.
- Harsono. (2016). *Ethnografi Pendidikan Suatu Desain Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Gumpang Agung III.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Untuk Pemula*. Sukoharjo: Jasmine.
- Hasmidyani, D., Suranto, & Soetjipto, B. E. (2019). Conceptual model on entrepreneurial intention in higher education. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(3), 17–24. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.733>
- Haspianti, Y. (2018). *Analisis Strategi Memasuki Pasar Internasional (Studi Kasus pada Wuling Motors Indonesia)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Huh, C.-L. (2018). Communication model of commitment and engagement: Illustrations of exhibition social media marketing. *Journal of Convention & Event Tourism*, 19(4–5), 399–419. <https://doi.org/10.1080/15470148.2018.1498422>
- Hutapea, S. S. S. (2018). *Model optimasi tujuan jamak pada jaringan distribusi ekspor produk hasil pemurnian minyak sawit* (.).

- Karundeng, T. N., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. . (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1748–1757. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20444>
- Kristanto, J. (2011). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, A. (2019). *Pembinaan Literasi Guru Sekolah Melalui “Pundok Literasi” Di SMA Muhammadiyah Toboali Kabupaten Bangka Selatan*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ni'mah, A. (2017). *Strategi pemasaran KBIH NU dalam meningkatkan jumlah jamaah haji di Kabupaten Jepara tahun 2016*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana Press.
- Rizky, A. A. Al, Hakim, M. Z., & Bobeldijk, J. B. (2017). Introducing a Local Product Of Indonesia (Sofa From Used Drum) to European Market. *International Journal Of Applied Business and International Management*, 2.
- Rochwulaningsih, Y., Gozan, M., Effendy, M., Masruroh, N., & Wardoyo, W. (2019). Palung salt in Bali: strategies for the local product to penetrate global markets. *International Journal of Trade and Global Markets*, 12, 146. <https://doi.org/10.1504/IJTGM.2019.100351>
- Rohimah, A. (2018). *Strategi komunikasi pemasaran dalam upaya penguatan produk lokal umkm untuk menembus pasar internasional*. 284–295.
- Rusli, K. G., & Andadari, K. (2016). Internasionalisasi Perusahaan Jamu (Studi Kasus Pada PT . Sido Muncul Tbk). *Proceeding Seminar Nasional*, 162–172.
- Sahoming, P. C. (2018). *Pentingnya Pelayanan Prima Untuk Kepuasan Pelanggan Pada PT Telekomunikasi (Plasa Samrat) Manado*. Politeknik Negeri Manado.
- Sari, D. E., Tiara, Narimo, S., & Saputra, R. C. (2020). The effect of financial literacy and pocket money on consumer behavior of universitas muhammadiyah surakarta (Ums) students. *International Journal of*

Scientific and Technology Research, 9(2), 4235–4237.

- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Setyadi, M. (2015). Analisis Rancangan, Seleksi, Dan Pelaksanaan Saluran Distribusi Internasional Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Luar Negeri (Studi Kasus Pada Pt. Behaestex Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 23(2), 86003.
- Shanti, A. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Spradley, J. P. (2007). *Metode Etnografi*. Yogyakarta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Andi, Ed.). Yogyakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto. (2019). *Perbankan*. Surakarta: Azka Media.
- Suranto, Jayanti, A. D., Setyawati, L., & Jatmika, S. (2020). A study on the impact of cultural tourism on indonesian society. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(5), 72–86.
- Suranto, Nilamsari, D., Soetjipto, B. E., & Fitriani, S. A. (2020). Supply Chain Management Values for the Society In A Community-Based Tourism Village. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(5), 842–846.
- Suranto, Soetjipto, B. E., Wahyono, H., Haryono, A., & Rodzalan, S. A. (2019). Community based tourism: Revitalization of villages through Bamboo plantation conservation. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(2), 331–339. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7239>
- Suwandi, J. (2017). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Tuncel, O., Hasija, S., & Taneri, N. (2018). Why are Minimum Order Quantity Contracts Popular in Practice? A Behavioral Investigation. *SSRN Electronic Journal*, 1–31. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3169112>

Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Undang – Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Utomo, Y. T. (2017). Strategi Memasuki Pasar Global Studi Kasus Yanto Pottery Kasongan Bantul. *Jurnal Az Zarqa*, 9(1), 99–123.

Vinerean, S. (2017). Importance of Strategic Social Media. *Expert Journal of Marketing*, 28–35.

Watson, G. F., Weaven, S., Perkins, H., Sardana, D., & Palmatier, R. W. (2018). International Market Entry Strategies: Relational, Digital, and Hybrid Approaches. *Journal of Marketing*, 26(1), 30–60. <https://doi.org/10.1509/jim.17.0034>

Widyastuti, S. (2016). *Membina Keakraban Pelanggan*: Retrieved from <http://dosen.univpancasila.ac.id/dosenfile/1192211017152489488528April2018.pdf>

Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Zhang, Y., Liu, C., & Wang, T. (2020). Direct or indirect? The impact of political connections on export mode of Chinese private enterprises. *China Economic Review*, 61, 101434. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chieco.2020.101434>

Zhou, X. (2018). *Research on The Marketing Strategy of Suning.com Network*. 205(Iccese), 945–956. <https://doi.org/10.2991/sser-17.2018.47>

Zuchdi, D., & Afifah, W. (2019). *Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory dan Hermeneutika dalam Penelitian* (R. Damyanti, Ed.). Jakarta: Bumi Aksara.